

УДК 130.2+167

*Дениско Л. Н., Мошинская Е. Ю.
Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина*

МЕДИАПОВОРОТ: ФИЛОСОФСКОЕ МНОГОГОЛОСЬЕ

В статье рассматривается медиаповорот как синоним медиареволюции, трансформация медиа в условиях информационного общества. Его анализ базируется на работах таких известных философов как М. Маклюэн, Ж. Бодрийяр, М. Кастельс, Э. Тоффлер, Д. Рашкофф. Представленные в их работах концепции медиаповорота, как показано в статье, не повторяют и не перечеркивают друг друга, а дополняют и обогащают. Медиаповорот свидетельствует о появлении новой медийной реальности.

Ключевые слова: медиаповорот, медиа, медиареальность, электронные медиа, медиавирусы, медиапространство.

В статті розглянуто медіаповорот як синонім медіареволюції, трансформації медіа в умовах інформаційного суспільства. Його аналіз базується на працях таких відомих філософів як М. Маклюєн, Ж. Бодрійяр, М. Кастельс, Е. Тоффлер, Д. Рашкофф. Означені в їх роботах концепції медіаповороту, що подані в статті, не повторюють і не перекреслюють одна одну, а доповнюють і збагачують. Медіаповорот засвідчив появу нової медійної реальності.

Ключові слова: медіаповорот, медіа, медіареальність, електронні медіа, медіавіруси, медіапростір.

The article deals with the media turn as a synonym of the media revolution, transformation of media within the framework of the information society. Its analysis is based on the works of such famous philosophers as M. McLuhan, J. Baudrillard, M. Castells, A. Toffler, D. Rushkoff. The concepts of the media turn described in their works and outlined in this article do not repeat one another, do not overlap but enlarge each other and enrich. The media turn marked the appearance of a new media reality.

Keywords: media turn, media, media reality, electronic media, media viruses, media space.

Конец XX начало XXI в. характеризуется кардинальными изменениями в бытии человечества, невиданными раньше темпами и масштабами социальной динамики, которые коснулись всех сфер жизнедеятельности человека. Происходят глобальные трансформации, которые вызвали к жизни новые типы общества и новые реалии. Современные исследователи к ним относят информационное общество, информационную революцию, сетевое общество, текучее общество, общество риска и т.д. В контексте таких характеристик общества появились концепты информационного и медиаповорота как методологических и научных стратегий и направлений, соответствующих нынешней динамике развития. Наступление века динамизации всех процессов действительности, ускорение темпов жизни, появление новых открытых и альтернативно развивающихся систем поставило перед исследователями особо значимую проблему: не столько отвечать на старые вопросы, а генерировать новые, не удовлетворять заинтересованность, а увеличивать и расширять ее. Этому созвучна точка зрения В. Савчука и Ю. Солонина о том, что в постсоветском пространстве современная жизнь не питает существо философии, что в философии этого пространства нет потенциала к оригинальному метафизическому освоению современности, что философская рефлексия актуальных процессов радикально запаздывает.

Одним из направлений преодоления указанной негативной тенденции современные исследователи считают медиаповорот. Медиаповорот это трансформация медиа, скачок в их развитии. Появились такие новообразования как медиареальность, медиасфера, медиалогия, медиавирус, медиакультура, медиаобразование, медиаискусство, медиасубъект. Все они так или иначе апеллируют к медиа как социокультурному феномену. Медиаповорот обращен не столько и не сколько к классическим медиа, к появлению принципиально новых медиа. И хотя понятие медиаповорота уже вводится в философский и культурологический обиход, остается пока не исследованным его философская интерпретация. Этой задаче именно и подчинена статья. В современной отечественной философии нет обобщающих работ по указанной проблеме. В зарубежной философии конца XX начала XXI в. обращение к термину «медиаповорот» актуализировалось в контексте информационного общества, виртуальной

реальности, роли медиа в жизни общества. Разные позиции были представлены М. Маклюэном, Ж. Бодрийяром, Н. Луманом, Д. Рашкоффом, М. Кастельсом, Э. Тоффлером и т.д.

У истоков медиаповорота или медиареволюции (media-turn) стоял М. Маклюэн, который в 60-е годы XX ст. первым заявил об универсальной роли медийных процессов в историческом развитии, о трансформации самих медиа, с одной стороны, а с другой, о том, что изменение масс-медиа приводит к трансформации всех составляющих в обществе. Эту мысль он излагает в работе «Галактика Гуттенберга» и утверждает, что общественное развитие обусловлено не ростом производительных сил, не сменой форм собственности, а средствами связи, медиа, на основе которых осуществляется общение людей [3, с. 33]. В его интерпретации история предстает в виде различных типов коммуникации и медиа. По мнению философа не социальные, а коммуникационные революции, революции в медиа, приводят к смене в развитии общества. Основу этих процессов М. Маклюэн видит в появлении электронных масс-медиа. Электронные масс-медиа – это взрыв в коммуникации. Они создают особую медиа-среду, которая определяет судьбу современного человека и общества: «Изменения, вносимые использованием электричества, сопряженные с автоматизацией не имеют ничего общего ни с одной программой общественного устройства» [4, с. 10].

В интерпретации М. Маклюэна масс-медиа – выступают посредником, связывающим фактором общественной жизни и включают в себя устное слово, рукописное слово, печать, радио, телевидение, способствуют генерации информации, смыслов и ценностей в процессе взаимоотношений социальных субъектов. Масс-медиа – это современные средства массовой информации и коммуникации.

Он рассматривал масс-медиа в контексте медиа-среды в рамках определенных социокультурных отношений, определяющим фактором которых является способ коммуникации, точнее – технология, а социальная эволюция выступает как смена, совершенствование, трансформация различных типов масс-медиа. М. Маклюэн прогнозировал решающую роль электронных аудиовизуальных масс-медиа для социокультурного прогресса. Согласно этому прогнозу, господствующее место будет принадлежать не письменно-печатным, а устно-электронным формам общения, которые сокращают пространство, время и отношения, возвращая нас к множественности отношений одновременно, тем самым, приобщая к новым «макромифам», «ритуальности» и «языкам» глобальных радио- и телевизионных связей. Электронные медиа определяют роли, которые выполняет человек и которые навязывают ему аудиовизуальная телекультура, способствуя формированию сходного образа жизни, деятельности и мышления людей, живущих в разных странах, но в одни и те же эпохи. По мнению философа, электронные медиа радикально преобразуют всю сферу межчеловеческой коммуникации в направлении слияния изолированных друг от друга индивидов, наций и рас в единое коммуникативное сообщество, названное им в 1962 г. «электронным сообществом».

Свое понимание трансформации медиа М. Маклюэн обозначил весьма интересным сравнением: «Если телеграф сделал предложение короче, то радио ускорило новость, а телевидение ввело в журналистику вопросительную интонацию». «Ускорение новости», как следует из положения М. Маклюэна, ведет не только к сокращению предложения, но и к сокращению расстояния, к преодолению отдаленности. [4]

Теоретические положения М. Маклюэна позволили М. Кастельсу назвать новый этап трансформации масс-медиа как «Галактику Интернета». Перефразируя тезис М. Маклюэна, М. Кастельс считает, что «сеть есть послание человечеству» [2, с. 194]. По его мнению, системообразующим фактором выступает новое средство коммуникации – сеть Интернета, которая порождает виртуальную реальность.

Новый ракурс медиаповорота вслед за М. Маклюэном представил Ж. Бодрийяр. Он озаглавил свою работу «Реквием по масс-медиа». Что имеет ввиду автор? Философ свою концепцию революционного поворота масс-медиа выстраивает в контексте диалога с Энзенбергером, отстаивающим точку зрения социалистов по поводу масс-медиа. Реквием по масс-медиа – это реквием по социалистической, точнее марксистской концепции медиа.

Революцию медиа, медиаповорот, философ видит в нескольких направлениях. Его основная мысль состоит в том, что современные масс-медиа не носят диалогического характера, что они безответны, безответственны, что обмен между медиа и потребителем масс-медиа носит сугубо символический характер, изменить, трансформировать масс-медиа возможно только если «восстановить возможность ответа» потребителям масс-медиа, чтобы

«слово» вступило в процес обмену. Это простая возможность, подчеркивает Ж. Бодрийяр, предполагает переворот (подчеркнуто нами) во всей современной структуре масс-медиа [1, с. 205].

Критическому анализу Ж. Бодрийяр подвергает симбиоз масс-медиа и власти. Масс-медиа, отмечает он, в настоящий момент находятся во власти господствующих классов, обращающих их себе на пользу. Но сама структура масс-медиа остается «эгалитарной по своей сути». Вот почему именно революционной практике предстоит высвободить потенциальные возможности, заложенные в масс-медиа, но искаженные капиталистическим строем, – или, скажем так: освободить масс-медиа, вернуть им их социальное предназначение открытой коммуникации и безграничного демократического обмена, их подлинно социалистическое призвание [1, с. 208].

Следующим важным положением является его мысль, что масс-медиа акцентируют внимание на феномене происшествия. Они становятся основой масс-медиа, а под ними следует понимать «все события такого рода, некогда выглядевшие мелкими и аполитичными» [см.: 1]. Благодаря мощи средств распространения получают социальный и исторических размах конфликтуализация события, заполнявшие раньше газетные хроники, они обретают новый смысл; в происшествиях кристаллизируются новые формы политики, которые в значительной степени возникают благодаря масс-медиа. Эти различные факты являются «символическими действиями», но не независимыми, а возвращенными в русло политической значимости. Нет никакого сомнения и в двойственном характере оценки этих событий: если благодаря масс-медиа под внешним покровом происшествий возникает политическое измерение, то точно также благодаря масс-медиа категория происшествия повсюду захватывает политику. Впрочем, благодаря масс-медиа само происшествие изменило свой статус: из второстепенной категории, пришедшей из альманахов и народных хроник, происшествие превратилось во всеобщую систему мифологической интерпретации. Тесную сеть моделей значимости, из которой не может ускользнуть ни одно событие. В этом – суть развития современных масс-медиа. Как считает Ж. Бодрийяр, без преодоления указанной тенденции невозможно их обновление.

Тенденция, которую философ увидел и проанализировал в 70-е годы XX ст., стала глобальной. Не оказались вне этой тенденции масс-медиа Украины. К сожалению, репортажи о том, кто у кого украл, сколько стоит проведение новогодних вечеринок, дом или дача сильных не только мира сего, но и Украины, наряды поп-звезд и т.д. заполняют полосы газет, журналов, радио и телевидение. Это своеобразная маскировка важных событий, затрагивающих реальную жизнь людей. Такая роль масс-медиа – шум вокруг второстепенных происшествий – с иронией обыгрывается в шоу «Вечерний квартал».

Ж. Бодрийяр обосновывает положение о том, что революция медиа предполагает изменение функции социального контроля и солидарности с системой власти. Он убедительно доказывал эту позицию, обратившись к событиям мая 1968 года – студенческому движению во Франции. Скрытую и явную роль масс-медиа в этой ситуации, философ оценивает негативно: масс-медиа не выступили резонатором указанных событий. Они как никогда лучше исполнили свою роль социального контроля и в этой своей функции были на высоте.

Прошедшее время после публикации Ж. Бодрийяра свидетельствует о том, что его голос были услышан. Интернет и компьютер стали теми посредниками, которые разрушают установку безответности медиа. Д. Гиллмор в своей работе «Мы – медиа» отмечает новую тенденцию: появление народной журналистики, веб-страниц, смс-приверженца, блогов, – онлайн изданий. У людей появляется возможность высказаться и это, как подчеркивает журналист, одно из самых здоровых нововведений в мире масс-медиа за долгое время. «Мы слышим новые голоса, тех, кто хочет говорить и быть услышанным пусть даже относительно небольшим количеством людей» [7, с. 1]. Произошла персональная медиа-революция: «Мы больше не отдалены медиа-берьером не позволяющим нам выпустить печатное издание или организовать собственную станцию. Сегодня наши компьютеры – это наша печатная пресса, звукозаписывающая студия, телестудия и киностудия» [7, с. 9]. Под воздействием Интернета, цифровых технологий произошло превращение читателей и зрителей в активных пользователей, рассчитывающих на двусторонний диалог вместо односторонней лекции. Появилась новая тенденция, которую отстаивал Ж. Бодрийяр.

Свое видение медиаповорота или медиареволюции представил Д. Рашкофф в работе «Медиавирус». В его концепции обращает внимание несколько новых моментов. Д. Рашкофф

не в коєм случає не отрицає позицій М. Маклюэна і Ж. Бодрийяра в аналізі медіаповороту. Он підвергає критиці тих аналітиків медіа і філософів дотелевізійної епохи за нежелання видіти совершенно нові реалії медіа, для яких головною установкою являється тезис: «... медіа можуть тільки відображати або коментувати “нещо реальне”» [5, с. 14]. Отзначає, що «они ніяк не можуть признати, що медіа – самі по собі нечто реальне, нечто, існуюче незалежно і, можливо, володіє власними потребами і інтересами» [5, с. 14]. На це положення слід звернути особливу увагу, оскільки воно розкриває сутність медіареальності, котрої, к сожалению, М. Маклюэн не увиділ, хоча і теоретично обосновав нову конфігурацію і трансформацію медіа.

Д. Рашкофф підкреслює, що аналітики дотелевізійної епохи не можуть зрозуміти, що медіа слід розуміти як неке єдинство. Для них медіа – це всього лиш те канали, з допомогою яких ми звертаємося один до одного: телебачення, друку, наклейки і т.д. Медіа трактуються ними по-прежньому «навозної кучей культурних відходів», і «за неіменіем кращого заняття, просто переживають свою же відторгнуту їжу» [5, с. 18].

Ісследователь достатньо аргументовано доводить з'явлення інфосфери, медіа-пространства. Вслід за Е. Тоффлером, Д. Рашкофф вважає, що єдине середовище, в котрому наша цивілізація ще може розширюватися, – це ефір, іными словами – медіа. Непрерывно розширюючись медіа стали справжнім середовищем життє – простором, таким же реальним і, по всьому видимості, незамкнутим, яким був земний шар п'ятсот років тому. Це нове середовище називає інфосферою. Інфосфера, або «медіапространство» – нова територія, відкрита для людського взаємодія, розширення економіки і, в особеності, для соціальних і політичних махінацій [5, с. 26].

В засобах масової інформації Е. Тоффлер увиділ те жє принципи, що і в фабричному принципі, котрі штампують однакові повідомлення, точно так жє, як фабрика штампует один і той жє товар. Причєм, без системи інформаційного обслуговування індустріальна цивілізація не змогла б оформитися і надійно функціонувати [6, с. 71, 76].

Цю думку продовжує Д. Рашкофф, підкреслює, що зросла добре розроблена інфосфера – комунікаційні канали, через котрі індивідуальні і масові повідомлення можуть розподілятися так жє ефективно, як товари і сировина. Інфосфера переплелася з техно- і соціосферами, котрі вона обслуговує, допомагає інтегрувати економічне виробництво з поведінкою окремих осіб.

Філософ утверджує, що медіа стали в вік інформації природним середовищем. Вони стали заявляти те жє права, що і природа, утверждати хаос як якість норми, вони ведуть себе подобно океану, погоді або коралловому рифу, якщо б вони і справді були живим істотом, інфосфера – це кровоносна система, в котрій циркулюють інформація, ідеї і образи. Ці положення перекликаються з позицією М. Маклюэна о можливості розгляду розвитку електронних мас-медіа як розширення нервової системи людини. Воно викликало численну критику в адресу філософа. Її опоненти вважали, що таке утвердження чересчур сміливе. Однак в кінці ХХ і на початку ХХІ століття прогнози і утвердження М. Маклюэна підтвердились. В 1987 р. Європейська комісія випустила Зелений книгу по телекомунікаціям, в котрій утверждалось, що телекомунікаційні мережі складають нервову систему сучасної економічної і соціальної життя. Якщо електронні мережі є розширенням нервової системи людини, то саме тому в них, як утверджує Н. Вінер, нічого такого, що не склалося б раніше в людській голові.

Д. Рашкофф розділяє точку зору Ж. Бодрийяра, що зростаюча автореферентність медіа (і життя взагалі) позбавляє нас реального досвіду і поміщає нас в медіатический, опосередований світ фантазії, називаний «симулякром», що демонстративна штучність і інші відштовхуючі прийоми наших медіа розробляються (некими особами або безличними силами) з тим, щоб ми вважали нашу справжню, неопосередовану реальність більш серйозною.

З'явившись медіареальність знищує традиційні межі між образом і його реальним референтом, між минулим і теперішнім, між персонажем і дією, між манерним мистецтвом і стилізованою життяю. Медіа стали не як дзеркало, а як інше. І в цьому принципово нова стратегія трансформації медіа, медійної революції. Медіареальність стала символічною реальністю, різновидністю симулякра.

Д. Рашкофф не только продолжил концепции медиаповорота, высказанные его предшественниками, но и выдвинул положение о том, что в медиареальность функционируют медиавирусы как «упаковка «послания» наших медиа», как медиасобытия, которые циркулируют в сетях медиaprостранства: «Протеиновой оболочкой» медиавируса может быть событие, изобретение, технология, система идей, музыкальная фраза, визуальный образ, просто умело сконструированный слоган (возможно даже парадоксальный), научная теория, громкий скандал, стиль одежды или даже поп-знаменитость – главное, чтобы она, оболочка, привлекала наше внимание. [5, с. 38]

Не менее интересным является и следующее положение автора: «медиавирусные» оболочки ищут любые способные принять их в щели и лазейки поп-культуры и прилепляются в любом месте, где их смогут заметить. Прикрепившись, медиавирус вводит в инфосферу скрытые в нем концепции в форме идеологического кода – это не гены, но их концептуальный эквивалент, который мы сейчас называем «мемами». Подобно настоящему генетическому материалу, эти мемы воздействуют на то, как мы строим бизнес, обучаемся, взаимодействием друг с другом – даже на то, как мы воспринимаем реальность [5, с. 38].

Интерпретация медиаповорота в работах известных философов М. Маклюэна, М. Кастельса, Ж. Бодрийяра, Э. Тоффлера, Д. Рашкоффа позволяют сделать *вывод* о том, что их позиции не исключают друг друга, не противостоят друг другу, а обогащают, взаимодополняют понимание такого сложного феномена как медиаповорот (медиареволюция, трансформация). Медиаповорот коснулся и сферы философии: появилась медиафилософия, по поводу которой начались дискуссии. Суть этих дискуссий в том, является ли медиафилософия реальностью или это научный миф.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа / Жан Бодрийяр; [пер. с фр.] // Поэтика и политики: Альманах российско-французского центра социологии и философии и ИС РАН. – М.: Институт экспериментальной социологии. Санкт-Петербург: Алатея, 1999. – С. 193-226.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура / Мануель Кастельс; [пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана.]. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
3. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: сотворение человека печатной культуры / Маршал Маклюэн; [пер. с англ. А. Юдина]. – К.: Ника-Центр, 2003. – 432 с.
4. Маклюэн М. Понимание медиа. Внешнее расширение человека / Маршал Маклюэн; [пер. с англ. В. Николаева]. – М.; Жуковский: КАНОН-Пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.
5. Рашкофф Д. Медиавирус / Дуглас Рашкофф; [пер. с англ. Д. Борисова]. – М.: Ультра. Культура, 2003. – 368 с.
6. Тоффлер Э. Третья волна / Элвин Тоффлер; [пер. с англ.]. – М.: АСТ, 1999. – 784 с.
7. Гиллмор Д. Мы – медиа / Дан Гиллмор; [пер. с англ.] // Критическая масса. – 2006. – № 3. – С. 1-14.